

Виходячи з проблем і перспектив розвитку національних туристських ланцюгів, вітчизняні готелі від початку повинні поставити перед собою мету – створення в Україні сучасного готельного ланцюга, об'єднаного єдиним брендом і високим рівнем якості [3; с. 45]. Впродовж кількох років компанії повинні відпрацювати на практиці принципи існування готелів у ланцюзі, зважаючи на специфіку роботи в українських економічних умовах.

Таким чином, підводячи підсумок усього сказаного вище, можна зробити висновок, що поява в Україні національних готельних операторів досить реальна. За умови розвитку національних українських мереж, можуть являти собою не тільки нові ємні ринки, але й стати новими рівноправними учасниками світового ринку готельних послуг.

Література: 1. Александрова А.Ю. *Международный туризм / Учебное пособие для студентов вузов.* – М.: Аспект Пресс, 2001. – 470 с. 2. Вишневська О.О. *Технологія готельної справи: Словник-довідник.* – Харків: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2010. – 34 с. 3. Мальська М.П., Худо В.В. *Менеджмент туризму. Вступ до спеціальності / Навчальний посібник.* – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. – 314 с. 4. Папирян Г.А. *Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны).* – М.: ОАО НПО: Экономика, 2000. – 207 с. 5. Роглев Х.Й. *Основи готельного менеджменту: Навчальний посіб.* – К.: Кондор, 2005. – 408 с.

Дігтяр І. В.*, Парфінченко А. Ю.**

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу*

**студентка кафедри туристичного бізнесу*

***кандидат історичних наук, доцент
м. Харків, Україна*

Туристичний ринок в Україні знаходиться на стадії становлення. Стан ринку туристичних послуг конгруентний стану економіки і визначається соціально-економічними та політичними процесами, що відбуваються в країні, відтворюючи перебіг реформування суспільного життя. Україна належить до країн, де туризм як активний спосіб проведення дозвілля заохочувався державою, пропагувався та стимулювався шляхом соціалізації туристичних послуг і тому був сприйнятий більшістю населення як складова способу життя. Поліпшення рівня та умов життя вводить туризм до споживчої суспільної моделі, особливо міського населення, стимулюючи попит і формуючи ринок туристичних послуг.

Тривале домінування внутрішнього туризму за соціалістичної доби обумовило сплеск попиту на міжнародні подорожі, що позначилось зміною статусу та розширенням участі України на ринку міжнародного туризму. З країни-реципієнта з

дозованим обсягом обслуговування вона перетворилась на країну-генератора туристичних потоків виїзного туризму [4; с. 302].

Спираючись на дані Державного комітету статистики України, можна зазначити, що в країні існує певна диспропорція виїзного та в'їзного потоку у структурі міжнародного туризму (Рис.1.).

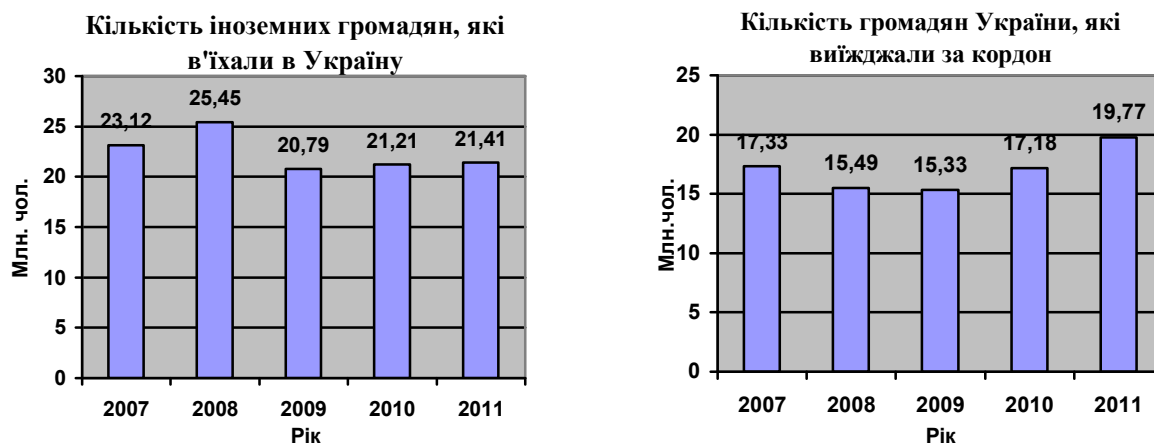


Рис. 1. Динаміка виїзного та в'їзного потоку у структурі міжнародного туризму України за 2007-2011 рр., млн.чол. [6].

Важливим показником впливу туризму на економіку країни є показник частки прибутку від туристичної індустрії у валовому внутрішньому продукті країни. За даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей, загальний внесок індустрії туризму до ВВП країни залишається вагомим та відносно стабільним, особливо на 2009-2012 р. і прогнозується збільшення його частки протягом наступних 10 років (Рис.2).

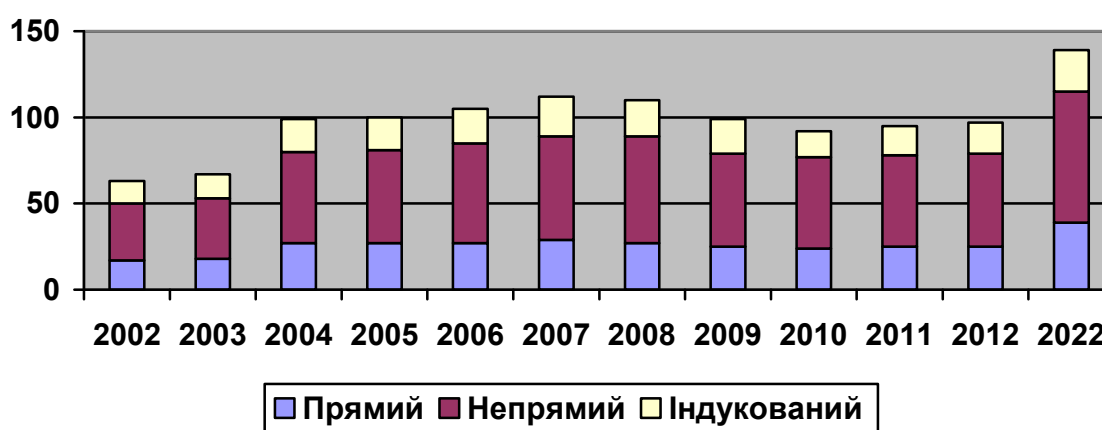


Рис.2. Загальний внесок індустрії туризму до ВВП країни протягом 2002-2012рр. та прогноз на 2022р. [5].

За даними на 2011 рік, Україна знаходиться на 85-му місці із 139 країн у рейтингу конкурентоспроможності в секторі туризму і подорожей, який складається раз на два роки Всесвітньою радою з туризму та подорожей. Та незважаючи на

відносно невисокий статус у всесвітньому рейтингу, туристична сфера країни розвивається достатньо активно.

Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки і створює сприятливі умови для туристичної діяльності, сприяє розширенню та зміцненню міжнародного співробітництва в галузі туризму. Україна бере участь у діяльності міжнародних туристичних організацій на правах повного чи асоційованого члена або спостерігача [1; с. 3].

Інституційно-організаційна підсистема індустрії туризму країни знаходиться в стадії перманентного реформування, що ускладнює проведення послідовної туристичної політики і не стимулює розвиток інвестиційного процесу. Державну туристичну політику на ринках міжнародного та внутрішнього туризму впроваджує Державне агентство з туризму та курортів України шляхом координації інтересів державних і місцевих органів влади, некомерційних організацій та комерційних суб'єктів ринку [4; с. 304].

Очевидно, що успішне проведення в Україні Чемпіонату Європи з футболу у 2012 році стало значним поштовхом для розвитку туризму. Наявний природний і культурний потенціал та створений під час підготовки до футбольного чемпіонату інфраструктурний потенціал виводить Україну на новий рівень розвитку туристичної індустрії. Основними здобутками процесу підготовки туристичної індустрії до Євро-2012 є реконструкція аеропортів, залізничних вокзалів та транспортної сфери, істотна розбудова готельного господарства та альтернативних засобів розміщення туристів, поява систем вуличного і туристичного ознакування у містах, розвиток інформаційного та рекламного забезпечення туристичної галузі.

Туристична політика України на ринку міжнародного туризму базується на активній маркетинговій стратегії, спрямованій на стимулювання іноземного туризму шляхом створення позитивного туристичного іміджу країни як країни безпечного та комфортного перебування. З цією метою вводиться спрощення візових формальностей, розбудовується індустрія туризму та підвищується відповідно до європейських стандартів якості обслуговування. Активізація діяльності туристичної сфери забезпечується наявністю розвиненої індустрії туризму, створенням ринку туристичних послуг, забезпеченням галузі кваліфікованими кадрами [5; с. 4].

Щоб перетворити Україну на туристичну державу світового рівня, необхідно забезпечити ефективну координацію діяльності різних галузей економіки, від яких залежить якісне надання туристичних послуг. Це транспорт, торгівля, зв'язок, виробництво сувенірів, індустрія розваг, видавничо-рекламна діяльність і т. д. [2; с. 86].

Урізноманітнення і розвиток туристичної пропозиції України можливі на напрямках культурно-пізнавального і екскурсійного, екологічного, спортивного, а також сільського туризму. Потребує маркетингових зусиль ринок курортно-лікувального туризму, підтримки та відновлення – ринок круїзного та спортивного туризму, розбудови – ринок гірськолижного туризму. Відносно сегментів споживчого ринку, то основні маркетингові зусилля повинні бути спрямовані на розвиток дитячого відпочинку та оздоровлення, сімейного відпочинку, відновлення та розбудову автотуризму (особливо це актуально стосовно статусу транзитної держави та створення трансєвропейських транспортних коридорів), релігійного туризму.

Основним споживчим ринком залишається ринок масового попиту. На ринках нестандартного та елітарного попиту домінуючими можуть бути позиції спортивного та екологічного туризму.

Приоритетним напрямом розвитку залишається внутрішній туризм. Його активізація передбачає диверсифікацію видових субринків та ускладнення територіальної структури внутрішнього ринку за рахунок формування місцевих територіальних ринків на основі інтенсифікації ресурсної бази туризму і розбудови туристичної інфраструктури [4; с. 306].

Підсумовуючи вищезазначене, можна сказати що в Україні відбувається стрибкоподібне зростання обсягів господарської діяльності у сфері туризму. Розбудова індустрії туризму та формування національного ринку туристичних послуг позначиться на територіальній організації туристичного ринку країни процесами структуризації геопростору і диверсифікації місцевих ринків. Основним регулятором повинно стати проведення регіональної туристичної політики стимулювання малого та середнього підприємництва у внутрішньому туризмі та організації екскурсійної діяльності.

Література: 1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. №324/95-ВР; 2. Проблемы и перспективы развития туризма в странах с переходной экономикой: Материалы международной научно-практической конференции – С.: СГУ, 2000. – 336 с.; 3. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К.: Альтапрес, 2002. – 436 с.; 4. Любіцева О.О. Методика розробки турів: Навчальний посібник – К.: Альтерпрес, 2003. – 104 с.; 5. Всесвітня рада з туризму та подорожей – [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.wttc.org/>; 6. Державний комітет статистики України – [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Дунямалієва А. Ф.
ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНИ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ЇЇ
ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу,
магістрант кафедри туристичного бізнесу
науковий керівник:
кандидат економічних наук, професор Довгаль Г. В.
м. Харків, Україна

Перехід України до відкритої економіки не може стати можливим без реформування її економічної структури та змін, аналогічним високорозвиненим країнам. Україні необхідно реалізувати комплекс заходів щодо розвитку підприємництва, в утому числі і сфері туристичного бізнесу.

Виходячи із ситуації, що склалася, можна визначити основні пріоритети сучасної